Color&Vous

Magazine Sikkens d'Akzo Nobel • N°6 - Août 2007

Stratégie :
Akzo Nobel Car Refinishes apporteur de business

Produits :
24 h avec le service Poids Lourds

Reportage :
Zoom sur Avignon

Jeu :
Color&Vous à gratter pour gagner

AKZO NOBEL
sikkens

EDITO

Armé de deux marques à forte personnalité pour conquérir tous les segments du marché, d'un réseau représentatif de carrosseries, de deux circuits de distribution et résolument tourné vers les apporteurs d'affaires, Akzo Nobel Car Refinishes France propose une offre attractive pour toutes les carrosseries.
Sur un marché saturé et techniquement concurrentiel, l'enjeu devient avant tout commercial.
Dans cette optique, SIKKENS adopte une stratégie basée sur trois notions simples.

La distinction : SIKKENS doit être perçu comme le meilleur en apportant à ses clients un accompagnement, du conseil, une expertise sur tous les aspects de l'activité carrosserie.

La rupture : dans le discours et dans l'approche client, SIKKENS adopte un positionnement unique en tant que fabricant de peinture, celui d'apporteur d'affaires pour ses clients, distributeurs et carrossiers du réseau Acoat Selected.

L'intuition : SIKKENS doit réaliser les investissements qui renforceront les partenariats avec les groupes d'influence pour conquérir le marché de la réparation-collision et permettre à ses clients d'occuper localement une position de leader.

En parcourant le n°6 de Color&Vous, vous pourrez mesurer concrètement les premiers effets de notre nouvelle stratégie commerciale dont vous serez les premiers bénéficiaires.
En attendant, nous vous souhaitons d'excellentes vacances sous les UV !

Vincent Vallin
Directeur AKZO NOBEL Car Refinishes France

Sommaire

L'ACTUALITÉ EN BREF 3

- SIKKENS crée une unité de production dédiée à la gamme Autowave
- Hyundai : première homologation globale attribuée à Akzo Nobel
- PSA renouvelle sa confiance à SIKKENS

SIKKENS, UNE OFFRE COMPLÈTE

STRATÉGIE 4

- Akzo Nobel Car Refinishes : apporteur de business

PRODUIT 6-8

- Vernis SIKKENS : innovations au service de la performance
- 24h avec… Le Département Poids Lourds

SIKKENS, VOTRE PARTENAIRE CONSEIL

SERVICES 9

- Formation pour tout le monde !

ACOAT SELECTED 10-12

- Apport d'affaires au cœur de la stratégie
- A la Carrosserie Traisnel, tout est neuf !

VOTRE HISTOIRE NOUS INTÉRESSE

REPORTAGE 13-15

Zoom sur Avignon : les professionnels font le pont de l'ascension !

- Laurent Plaskacz, EUROLACK Avignon
- David Pereira, Pro Service à Salon-de-Provence
- Lionel Gemelli, Gemauto à Orange

VUE DU GROUPE 17

- Automotive Plastic Coatings : l'avenir du plastique

ICI ET AILLEURS

REVUE DE PRESSE 18-19

- Tendances, enquêtes, insolite
- SIKKENS, la presse en parle

GROS PLAN 19

- Un « challenge distributeurs » pour stimuler les techniciens

ENTRE NOUS

CETTE PAGE EST LA VÔTRE 20

- Jeu : Plus de 200 cadeaux à gagner
- Trucs & Astuces : Guide d'utilisation d'Autoclear LV Superior

SIKKENS crée une unité de production dédiée à la gamme Autowave

La demande pour les produits Autowave explose et a motivé l'installation d'une nouvelle cuve à Sassenheim, qui augmente la capacité de production pour approvisionner le monde entier, y compris l'Amérique du Nord où les produits à l'eau sont en phase d'introduction.

« A travers la nouvelle législation européenne entrée en vigueur en janvier, nous prévoyons un quasi doublement de la production des produits hydrodiluables », selon **Patrick Hesseling**, Spécialiste du Développement de Processus.

La peinture hydrodiluable sèche plus rapidement et est potentiellement plus sensible aux pollutions que les produits solvantés, il était donc nécessaire de créer un système de production confiné. *« Nous avons utilisé les méthodes de l'industrie pharmaceutique afin d'y parvenir. Elaboré en concertation avec les personnes qui vont utiliser et entretenir l'usine, le processus de production a bénéficié d'énormes améliorations, tout en respectant des normes très strictes. Nous sommes proches de l'excellence opérationnelle »*, **Patrick Hesseling**.

En test à capacité réelle depuis décembre 2006, La nouvelle unité est officiellement utilisée depuis le 1er février. Les premiers lots produits ont présenté d'excellents résultats et déjà plusieurs centaines de tonnes ont été produites. Jim Rees, directeur mondial d'Akzo Nobel Car Refinishes, a inauguré l'usine le 18 avril.

Nouvelle charte graphique SIKKENS

Signée par sa nouvelle devise « Votre réussite, notre priorité », la nouvelle charte graphique SIKKENS commence à se décliner sur les supports de communication de la marque : les dernières campagnes de la gamme mettant en scène les trois technologies conformes à la législation ; la nouvelle version du site www.sikkenscr.fr et votre prochain Color&Vous.

HYUNDAI 1re homologation globale attribuée à Akzo Nobel

Depuis le 20 décembre 2006, Akzo Nobel Car Refinishes est officiellement le 1er fournisseur après-vente de Hyundai Motor Company. *« Nous l'avons choisi, principalement parce que le groupe est leader mondial en peinture grâce à son avancée technologique, qu'il propose d'excellents services et dispose de filiales et de bureaux de ventes dans les principaux pays. Ensemble, nous avons conçu un programme unique qui va améliorer dans le monde entier la qualité, l'efficacité et la rentabilité de nos travaux de carrosserie et de peinture »*, **Chang-Seok Im**, Directeur Overseas Customer Service Group de Hyundai Motor Company.

Congrès distributeurs en Tunisie

Fin mai, SIKKENS a réuni son réseau de distributeurs à Tozeur en Tunisie pour présenter la nouvelle organisation et ses objectifs de conquête 2007-2010… entre deux tempêtes de sable !

PSA renouvelle sa confiance à SIKKENS

PEUGEOT CITROËN

Après une série de tests en laboratoire et en atelier, la Direction Technique Après Vente (DTAV) de PSA Peugeot Citroën a renouvelé sa confiance en SIKKENS : *« Ses produits améliorent la productivité sans compromettre la qualité. Nous les recommandons donc à tout notre réseau »*. Sans exception, PSA a donné son accord international pour l'utilisation dans ses ateliers de la nouvelle génération de produits SIKKENS (apprêts, sous-couches, vernis, diluants et durcisseurs), respectueux de l'environnement et conformes à la législation.

Color&Vous diffusé en Suisse

Après les DOM-TOM depuis le n°4, Color&Vous poursuit l'élargissement de sa diffusion hors de la Métropole en faisant son entrée sur le territoire Suisse. Zone en forte croissance pour SIKKENS, sous l'impulsion notamment du déploiement du réseau Acoat Selected et de la Station CARROSSERIE, la Suisse accueille avec intérêt le magazine. Il apparaît comme un outil d'information précieux pour mieux connaître la marque et s'inspirer de l'expérience d'homologues étrangers.

Akzo Nobel Car Refinishes : apporteur de business

Suivant une stratégie sélective, SIKKENS se concentre sur les 2 000 carrossiers les plus importants du marché. Ces carrosseries leaders se distinguent par une structure importante, comprenant notamment un réceptionnaire et un chef d'entreprise en lien direct avec les apporteurs d'affaires.

Akzo Nobel : fabricant préféré des apporteurs d'affaires

Pour accompagner ses clients, SIKKENS a bien cerné leurs besoins : se positionner comme apporteur d'affaires et adopter une approche distinctive pour conquérir le marché et renforcer les partenariats avec les groupes d'influences tels constructeurs, groupements de distribution, compagnies d'assurances, plateformes, flottes et loueurs.

Des moyens à la hauteur des ambitions

Tous les atouts du groupe sont renforcés pour mettre en pratique la stratégie définie :

- 2 marques VL bien différenciées et fortes : SIKKENS et LESONAL, avec des équipes et des stratégies commerciales complémentaires
- 1 marque PL, Autocoat BT, pour répondre à tous les besoins en réparation carrosserie
- 1 réseau de carrosseries de grande qualité, Acoat Selected, accompagne les carrossiers vers leur succès
- Une équipe dédiée aux apporteurs d'affaires : Benoît Pradaud, responsable Grands Comptes OEM et Assureurs ; Frank Vilin, responsable Grands Comptes Groupes (utilisateurs nationaux)
- 2 circuits de distribution complémentaires, l'un, indépendant et l'autre, intégré, sous l'enseigne Color Auto Expert.

Réflexions sur la distribution

Un scénario de rupture s'impose dans la façon de travailler la distribution pour que chaque partenaire puisse se concentrer et progresser sur son cœur de métier. Les performances seront ainsi améliorées et les savoir-faire partagés.
L'objectif à atteindre est de disposer d'un réseau concentré de distributeurs hyper performants, doté de solides équipes de technico-commerciaux.

Un processus en trois phases est mis en place :

- Rapprochement avec des groupements de distributeurs
- Constitution d'une équipe dédiée pour renforcer la structure et l'animation du réseau de distributeurs
- Séparation distincte des marques : d'un côté LESONAL, actuellement à 3%, qui aura les moyens d'acquérir 5% de part de marché ; de l'autre, SIKKENS, à 10% actuellement, qui devra atteindre 15%.

Renfort des équipes

SIKKENS dispose aujourd'hui d'une équipe terrain à vos côtés, au service d'une dynamique de conquête. Le renfort des équipes donne les moyens de cibler et fidéliser les carrossiers les plus performants. Dans ce contexte, la formation prend une dimension stratégique pour développer la spécialisation des équipes. La finalité commerciale d'Akzo Nobel est d'accompagner ses clients en apportant une expertise de la carrosserie.

Acoat Selected : servir l'intérêt des réparateurs

A terme, Acoat Selected vise le regroupement d'une sélection de 280 carrosseries parmi les plus performantes du marché. Aujourd'hui, l'intérêt d'un réseau est d'apporter aux carrossiers les moyens de gérer leur entreprise et d'obtenir des agréments.

La situation est donc très claire. Akzo Nobel Car Refinishes a réussi la mutation de sa clientèle vers le transfert à l'eau, l'offensive commerciale porte ses fruits et son réseau de distributeurs représente un véritable levier.
Fort de ces atouts, SIKKENS est disponible pour se concentrer sur les carrossiers et leurs apporteurs d'affaires.

Accord exclusif avec le Groupement des Concessionnaires Citroën

Un accord de partenariat exclusif entre le groupement des concessionnaires Citroën et SIKKENS a été signé en avril 2007. A travers ce nouvel accord, SIKKENS accompagne le groupement dans ses réflexions et projets de développement carrosserie.

« Ce partenariat est dans la lignée de notre stratégie Grands Comptes. Il favorise et développe nos relations avec l'ensemble des concessionnaires Citroën. La marque aux chevrons étant stratégique pour notre groupe, nous suivons notre courbe de croissance en gagnant la confiance de concessionnaires importants ».

Dès juin à Evian, lors du congrès national du groupement, l'équipe SIKKENS met ses connaissances en après-vente au profit des adhérents.

Vernis SIKKENS : innovations au service de la performance

Rajeunie et performante, la nouvelle gamme de vernis exploite les dernières innovations pour apporter une réponse adaptée aux besoins de la réparation carrosserie et aller au-delà des exigences de la législation. SIKKENS propose trois produits et deux technologies :

- **Autoclear LV Classic**, qui vient remplacer Autoclear Basiq HS
- **Autoclear LV Superior**, au séchage très rapide et offrant un excellent rendu
- **Autoclear WB**, une exclusivité 100% hydrodiluable

A cette offre pourtant complète, porté par l'innovation et la performance, SIKKENS vient d'annoncer le lancement d'un quatrième vernis : le révolutionnaire SIKKENS Autoclear UV. Dernier né du département R&D Akzo Nobel Car Refinishes, le nouveau vernis a la particularité de sécher aux UV en un temps record, tout en permettant de réaliser un gain de productivité et une économie d'énergie.

Autoclear UV : naissance d'une nouvelle génération de vernis

La présence de lampes à Ultraviolets dans un atelier de réparation automobile est de nature à interpeller un automobiliste non averti. Avec le nouveau vernis Autoclear UV, on pourrait presque imaginer une diversification vers les soins d'un institut de beauté !

Ultra rapide et ultra productif

Produit issu d'une technologie révolutionnaire, 2K aux isocyanates, mise au point par Akzo Nobel Car Refinishes, le nouveau vernis SIKKENS Autoclear UV se singularise par son séchage ultra rapide sous l'action de l'éclairage UV et non pas de la chaleur :

- séchage en 6 minutes dès l'exposition de la surface aux UV
- pas d'attente de refroidissement de l'élément avant montage

Globalement, SIKKENS Autoclear UV permet une plus grande flexibilité dans l'organisation de l'atelier, il augmente la productivité jusqu'à 40% et, de fait, la rentabilité.

Dans la tendance actuelle de la réparation rapide forfaitisée, Autoclear UV est un réel atout pour l'atelier de carrosserie.

Les dessous et le mode d'emploi d'une technologie révolutionnaire dans le domaine de la peinture pour la réparation carrosserie seront dévoilés à l'ensemble de la profession lors **d'Equip'Auto 2007, du 15 au 20 octobre, stand 3 C 43.**

Autoclear WB : l'exclusivité 100% hydrodiluable

Depuis 4 ans sans concurrent, Autoclear WB permet, avec l'apprêt à l'eau Autosurfacer WB et la laque Autowave, une réparation… 100% écolo.

Le nettoyage du matériel, avec le dégraissant M850 Solfree complète ce système de réparation… 100% écolo. Ainsi, SIKKENS est la seule marque de peinture sur le marché à disposer d'une gamme complète hydrodiluable… 100% écolo !

Autoclear LV Superior : une viscosité d'application inégalée

En trois versions, Slow, Medium et Fast, Autoclear LV Superior est un vernis à très hauts extraits secs contenant moins de 420 g de COV par litre. Avec un seul durcisseur universel, il s'adapte à toutes les réparations. Dans sa catégorie, il présente la meilleure viscosité d'application du marché, similaire à celle d'un vernis conventionnel. Sans bouleverser ses habitudes, Autoclear LV Superior assure au peintre les meilleures conditions d'application qui lui permettent de gagner du temps et de réaliser un travail de qualité. Suivez les conseils de la rubrique « Trucs&Astuces » (page 20) pour optimiser l'utilisation du vernis.

Autoclear LV Classic : un vernis sage !

Conforme à la législation sur les COV (moins de 420g/l), Autoclear LV Classic remplace avantageusement Autoclear Basiq HS sur le créneau « bon rapport qualité/prix » des vernis SIKKENS.

Testé sur 165 réparations avant sa commercialisation, les principales caractéristiques du vernis Autoclear LV Classic ont pu être appréciées et confirmées. Peu gourmand en produit (20% d'économie sur les vernis MS) et rapide à appliquer (une couche fine suivie d'une couche pleine), il présente une bonne refonte de brouillard et un très bel aspect final. Disponible avec son durcisseur en un seul conditionnement (5l pour le vernis et 2,5l pour le durcisseur, avec un ratio de mélange simple 100:50 qui évite les erreurs), Autoclear LV Classic est destiné aux réparations courantes.

Poids Lourds : des experts au service des professionnels

Vecteur d'identité visuelle et de communication, la couleur est perçue comme un signal inconscient persistant. Pour les supports grands formats visibles de très loin que sont les Poids Lourds, la peinture est bien plus qu'un simple revêtement protecteur de carrosserie. Pour une marque ou une entreprise, la peinture utilisée sur les camions et les bus est aussi l'occasion de rappeler les couleurs de sa charte graphique.

Les Poids Lourds représentent un marché *trans*porteur auquel SIKKENS s'attelle avec succès. Aujourd'hui, l'activité PL représente environ 30% en volume du département carrosserie Akzo Nobel Car Refinishes France et mobilise une équipe d'experts.

Aurore Quaegebeur, l'interface des clients

Les experts SIKKENS VI

Bonne communication et bonne entente, fédérée autour de son responsable Frank Vilin, l'équipe est constituée de deux experts du marché VI, Francis Nogier et Didier Hec, et d'un chef de marché, Aurore Quaegebeur, qui a intégré l'équipe VI fin 2004.

Aujourd'hui, en sa qualité de chef de Marché Autocoat BT :

- elle définit l'offre Poids Lourds vers les différents segments du marché
- elle accompagne le développement de la vente PL
- elle participe aux formations régionales destinées aux distributeurs pour promouvoir la gamme
- elle met en place les outils de communication

Coordinatrice, elle vient en support de l'équipe pour répondre aux attentes des clients et anticiper leurs besoins.

Travailler plus vite, consommer moins

SIKKENS lance une nouvelle gamme de laques en brillant direct, Autocoat BT LV 351, pour donner à ses distributeurs les moyens de poursuivre leur conquête du marché de la peinture Poids Lourds. Produit de très grande qualité faiblement solvanté, utilisant la dernière technologie de résines et de pigments, Autocoat BT LV 351 est conforme à la législation sur les COV (< 420g/l) et ne contient ni plomb, ni chromate. Sa gamme, bien que simplifiée à 20 teintes de base, 1 durcisseur et 3 diluants (fast, medium, slow et 1 accélérateur), est complète et sa colorimétrie permet de reproduire toutes les teintes (RAL, BS, constructeurs, flottes…). Applicable comme les produits de la génération LV en 1 voile + 1 couche ou en monocouche, Autocoat BT LV 351 n'implique aucune formation complémentaire. Riche en extraits secs, son pouvoir couvrant permet d'économiser jusqu'à 30% de produit par rapport à une finition conventionnelle, tout en réduisant de 50% ses émissions de solvants. Dans sa formule accélérée, cette nouvelle finition sèche en 15 minutes à 60°C, 30 minutes en version standard. Brillant et rendu exceptionnels, rentable, respectueux de l'environnement, SIKKENS Autocoat BT LV 351, c'est beau comme un camion !

Autocoat BT LV 351 : la réponse à la législation sur les COV

« Le marché des véhicules industriels est très différent du marché VL car nous n'avons pas les mêmes supports et préparations de surfaces. Après avoir sablé, grenaillé, déroché ou traité chimiquement les carrosseries, il faut peindre sur des supports très différents : acier, alu, bois/contreplaqué… Chaque client est particulier et a besoin d'un suivi et de services personnalisés. Nous ne pouvons donc pas avoir de « standards ». Les produits et les gammes sont également plus larges en PL qu'en VL : dégraissants, nettoyants, primaires monocomposants, soudables, Epoxy, washprimers, apprêts, laques à châssis, finition brillant direct… Avec la nouvelle finition SIKKENS Autocoat BT LV 351, nous voulons maintenir, dans le respect de la législation, le positionnement haut de gamme SIKKENS Autocoat BT », **Aurore Quaegebeur**, Chef de Marché SIKKENS Autocoat BT.

Les Poids Lourds, un marché transporteur

Avec sa nouvelle gamme Autocoat BT LV 351, SIKKENS cible principalement le marché du véhicule industriel. La marque s'adresse à ce marché via sa distribution qui répond au besoin de proximité attendu par le client. Une approche Grands Comptes est également possible pour les clients qui réclament une relation d'usine à usine.

Christophe Gomy, M.S.A.

Reprise en 1994 par Christophe Gomy, la société Meaux Spécialités Autos (M.S.A.) a été parmi les premiers distributeurs SIKKENS à passer dès 1998 en Autowave, dans l'optique de se renforcer sur le marché de la carrosserie en s'appuyant sur des produits innovants.
Initialement répartie entre les produits carrosserie (20%) et les pièces mécaniques (80%), l'activité a progressivement évolué et inversé la tendance :
« C'était à la fois une question d'intérêt personnel et de bon sens compte tenu de l'évolution des marchés. Aujourd'hui, notre chiffre d'affaires repose à 70% sur les produits carrosserie, 20% sur les pièces mécaniques et 10% sur le matériel d'équipement des ateliers », confie **Christophe Gomy**.

Distributeur et carrossier

Rayonnant sur les départements de Seine-et-Marne (77), Aisne (02), Marne (51), Somme (80) et Oise (60), l'entreprise a développé son activité peinture en prospectant de nouveaux marchés. En 2000, parmi sa clientèle d'ateliers de peinture, MSA rachète la carrosserie de son seul client équipé pour accueillir les autocars : Carolaux.
« Exploiter un atelier de peinture PL ne nous met pas en situation concurrentielle vis-à-vis de nos clients carrossiers VL. Par exemple, nous nous occupons notamment de la flotte PL des pompiers du département, mais nous avons refusé leur flotte VL. Je suis donc mon premier client PL et j'ai pu apprécier la nouvelle gamme Autocoat BT LV 351, en tant que distributeur et utilisateur ».

Christophe Gomy, dirigeant de M.S.A.

Carolaux, carrosserie industrielle

La carrosserie industrielle Carolaux est équipée d'un tunnel de 34 mètres, deux tunnels de 17 mètres, et d'une cabine de 10 mètres. Son activité comprend la réparation et la remise en peinture de véhicules de transports publics (cars, camionnettes…), de transport de biens (camions), de matériels industriels (engins de TP, grues, bennes, manèges…) et de décoration (volets, portails, poteaux, mobilier extérieur.…). Avant son rachat en 2000 par Christophe Gomy, l'activité de la carrosserie Carolaux fonctionnait à 90% avec les autocars.
« Aujourd'hui, les autocars ne représentent plus que 50% de notre chiffre d'affaires. Une grande partie de l'activité a été captée par les carrosseries polonaises. Pour une peinture complète d'autocar, les prix pratiqués sont 30% moins chers qu'en France avec une qualité comparable », a pu constater **C. Gomy**.
« Nous avons donc dû nous diversifier en prospectant les marchés de niche dans un rayon d'environ 100 kilomètres autour de Paris ».

Autocoat BT LV 351 : même process qu'avec Autowave et des résultats exceptionnels

« Concernant la nouvelle finition SIKKENS Autocoat BT LV 351 », poursuit **C. Gomy**, *« le produit est exceptionnel. Par rapport à la précédente génération, son pouvoir opacifiant est beaucoup plus important. Il ne faut surtout pas charger en peinture. En fait, ce produit faiblement solvanté à hauts extraits secs implique une modification de notre façon de travailler, car il s'applique comme Autowave : un voile léger suivi d'une couche pleine. Au final, l'effet de profondeur est tel qu'on pourrait le prendre pour un vernis ».*

Francis Nogier, Responsable Technico-commercial VI

Dans le cadre de sa diversification, Carolaux compte Disneyland parmi ses clients pour le revêtement du mobilier extérieur

SIKKENS met votre carrosserie en lumière...

J-60

LANCEMENT
SIKKENS AUTOCLEAR UV

Ne manquez pas le programme découverte :
- Equip'Auto 2007 du 15 au 20 octobre - Stand 3 C 43
- Numéro spécial Color&Vous

Formation pour tout le monde !

L'enjeu professionnel n'est plus seulement technique mais également commercial. La maîtrise d'une réparation ne dépend plus seulement de l'utilisation d'un produit mais bien de l'intégration de tout un processus. Pour réussir une réparation aujourd'hui, il faut savoir la vendre, la réaliser rapidement et utiliser à bon escient les nouvelles technologies qu'imposent la législation. Ainsi les équipes techniques et commerciales autant que les dirigeants, les carrossiers et les distributeurs, doivent régulièrement mettre à jour leur méthode de travail. Le service technique SIKKENS propose un programme de formation complet et adapté.

Très pragmatique dans sa démarche, le Département Technique et Formation suit la stratégie de Akzo Nobel Car Refinishes orientée clairement vers le service et l'efficacité.
Les excuses d'indisponibilité pour échapper aux stages ne sont plus valables !.... Les formateurs SIKKENS sont disponibles au centre de formation de Montataire (60) et peuvent se déplacer en région, sur site.

Formations tertiaires

- Réparation rapide pour les réceptionnaires (concept Station CARROSSERIE)
- Amélioration de l'efficacité de l'atelier Suivi des performances technico-économiques
- La carrosserie, l'outil de chiffrage et l'EAD
- Module de formation complémentaire : intégration au réseau Acoat

Formations produits et processus

- Formation découverte des produits et de l'offre
- Perfectionnement technique Maîtrise de l'environnement de la carrosserie

Planning disponible auprès de Sylvie Bozec : sylvie.bozec@mtt.akzonobel.com

Deux minutes d'arrêt à La Station CARROSSERIE

« Oh, mais nous connaissons ! Nous faisons déjà de la carrosserie rapide… » Et pourtant, les personnes qui ont suivi la formation sont unanimes *« Le faire, c'est bien, en effet... mais le faire bien et savoir le vendre, c'est mieux et plus rentable ! L'offre globale de SIKKENS est très complète et permet d'améliorer considérablement le taux de réussite ».*
Plus de cent stagiaires, soit plus de quarante entreprises, ont déjà percé les mystères de La Station CARROSSERIE en une journée de stage et adopté le panonceau avec son pack, convaincus de sa plus-value.

- Identification facile et pédagogique des petits chocs
- Argumentaire de vente particulièrement convaincant
- Liste complète de critères pour bâtir un devis personnalisé
- Outil de devis très simple à utiliser permettant une édition en moins de 2 minutes
- Forfaits bien étudiés, attractifs et rentables

« Je ne suis pas un commerçant né mais avec le concept de La Station CARROSSERIE, je me sens très à l'aise pour proposer cette prestation », témoignent souvent les stagiaires, avant tout techniciens…
Ne restez donc pas sur le quai et prenez le train en marche à La Station CARROSSERIE !... Et n'oubliez pas de prendre votre ticket... Plusieurs journées de formation sont déjà planifiées pour les mois à venir et les demandes sont croissantes...

« La Station CARROSSERIE est un moyen supplémentaire d'optimiser les ressources de l'atelier et d'élargir la clientèle. Apporter un service complet est le meilleur outil de fidélisation »,
Bruno Menegon, Consultant Services et Formation

Apport d'affaires au cœur de la stratégie du réseau

Le Réseau Acoat Selected poursuit son expansion : pour 2009, il entend parfaire son maillage et se fixe un objectif de 280 adhérents, sélectionnés parmi les meilleurs réparateurs du marché. Objectif ambitieux mais réaliste au vue des évolutions et des nouveaux moyens développés par l'enseigne…

Depuis plusieurs mois, l'essentiel des actions se concentre sur la construction de partenariats avec les apporteurs d'affaires. Pour définir sa politique tarifaire avec les donneurs d'ordre et réfléchir sur l'orientation du réseau, Acoat Selected s'appuie sur un Comité Stratégique composé de carrossiers. Le renforcement de cette stratégie, largement plébiscitée par l'ensemble des réparateurs du réseau, conduit à faire évoluer le programme et la structure actuelle pour gagner en efficacité !
La nouvelle offre est composée de 3 modules indissociables :

Standards Réseau + Apport d'Affaires + Services à la Carte = Acoat Selected

Les Standards Réseau : répondre aux apporteurs d'affaires les plus exigeants

Durant 20 ans, les réparateurs Acoat Selected ont bâti la réputation du réseau : « des professionnels performants, reconnus pour la qualité de leurs réparations et de leurs services ».
Fidèle à cette philosophie et afin de garantir son homogénéité auprès des apporteurs d'affaires, l'enseigne a décidé de faire évoluer son programme de labellisation pour l'adapter aux nouvelles exigences du marché et redéfinir ses critères de sélectivité.
Les Standards Réseau s'articulent désormais en 7 familles : Bâtiment ; Equipement ; Services ; Administratif ; Ressources humaines & HSE ; Communication ; Implication réseau.
Chaque famille est constituée d'un ensemble de critères : certains sont obligatoires, d'autres majorés, pour tenir compte de leur niveau d'importance. Une note sur 20 est obtenue par famille. La moyenne des 7 familles détermine une note globale et l'attribution du label 3, 4 ou 5 AS.

Les pistes d'amélioration sont facilement identifiables à l'aide du graphe et les actions prioritaires sont définies de concert avec le conseiller SIKKENS. Un auditeur central vient renforcer le dispositif en place et accompagner le partenaire avec différents supports.

Le niveau minimum de 3 AS est requis pour être inscrit sur les listes des apporteurs d'affaires. Une réduction de la cotisation est consentie aux carrossiers qui atteignent le niveau des 5 AS.

Acoat Selected : résolument business

Pour accélérer la signature de nouveaux accords, Acoat Selected vient de se doter d'un outil de centralisation de factures.

DARVA
communiquer nous rapproche

Son développement a été confié à la Société DARVA, afin de garantir :

- le contrôle automatique des factures (conformité avec les accords cadres)
- les statistiques
- la transmission des factures quel que soit le mode exigé par l'assureur ou le loueur
- le règlement des sinistres

Déjà familiarisé avec les procédures Darva, l'ensemble des carrossiers du réseau est opérationnel immédiatement. Cette solution évolutive a été privilégiée pour sa fiabilité, sa polyvalence et son faible coût de fonctionnement.
Acoat Selected a fait le choix de répondre à toutes les stratégies d'apporteurs d'affaires.
Dans cette logique, les missions des consultants évoluent : elles intègrent désormais l'animation des accords cadres, la prescription des réparateurs Acoat Selected auprès des décideurs locaux et l'accompagnement des carrossiers dans leurs démarches pour de nouvelles conventions individuelles.

Une large palette de services pour répondre parfaitement à chaque besoin

L'offre de services a toujours tenu une place prépondérante dans l'approche d'Akzo Nobel Car Refinishes. Acoat Selected entend conserver son avance pour aider les réparateurs de son réseau à être toujours plus performants et attractifs. Le nouveau programme « à la carte », permet d'apporter des solutions à chaque besoin.
La structure centrale renforcée permettra de concentrer l'essentiel des ressources opérationnelles sur le développement commercial des partenaires.
Des outils indispensables comme les agencements d'ateliers, les scans organisationnels ou les analyses financières, sont naturellement reconduits.
Un nouveau plan de formation technique, informatique, administratif et commercial est également déployé et dispensé en interne ou via des prestataires extérieurs.
Aux démarches de diversification proposées par le réseau (bris de glace, La Station CARROSSERIE…), viennent s'ajouter des conditions préférentielles exclusives dans le domaine de l'environnement informatique et des véhicules de remplacement.
Enfin, une veille du marché permettra aux carrossiers Acoat Selected de s'informer et d'anticiper les mutations. Afin de promouvoir individuellement les carrossiers du réseau, des supports de communication inédits seront mis à la disposition des adhérents.

« Votre réussite, notre priorité », la devise de SIKKENS est décliné à tous les niveaux de son savoir-faire. Acoat Selected le prouve aujourd'hui en mettant en place les outils qui feront durablement des carrossiers Acoat Selected, les acteurs incontournables des apporteurs d'affaires les plus exigeants !

A la Carrosserie Traisnel, tout est neuf !

Réparateur agréé Peugeot (mécanique et carrosserie), le garage Traisnel a, pendant des années, concentré son activité en bord de mer, à Coutainville (50). Profitant du passage aux peintures hydrodiluables, M. et Mme Yves Traisnel ont franchi le pas et développé leur activité peinture en créant une nouvelle carrosserie à Coutances (50). L'activité du garage est aujourd'hui répartie entre les deux sites, situés à 12 kilomètres l'un de l'autre. *« A Coutainville, on a conservé la vente de véhicules neufs et d'occasion et la mécanique, et à Coutances, on a transféré la tôlerie et la peinture. Sur 600 m², on a installé 60 m² de bureau, une cabine de peinture et deux aires de préparation. Tout est neuf ! »*, **Véronique Traisnel**. Conscient des réalités du marché et sous l'impulsion de la nouvelle Carrosserie, M. Traisnel est décidé à intégrer un réseau. Utilisant les produits SIKKENS depuis de nombreuses années, il s'oriente naturellement vers Acoat Selected, auquel il adhère le 10 avril dernier. *« Aujourd'hui, pour avoir un volume d'activité suffisant, il faut être agréé par les assurances, et pour être agréé, il faut faire partie d'un réseau… on a choisi Acoat Selected parce que c'est le réseau de carrossiers indépendants le plus important d'Europe, mais aussi parce que nous sommes satisfaits des produits SIKKENS et des services de notre consultant, Maurice Brehin »*, **Yves Traisnel.**

La nouvelle carrosserie de M. et Mme Traisnel à Coutance (50)

Patrick Duval, Carrosserie Duval à Le Thor (84)

Acoat Selected Le Club Auto Plus

« Préservez votre capital auto avec Acoat Selected ! »... Le réseau a signé un accord de partenariat avec Le Club Auto Plus. Les carrosseries de l'enseigne labellisées partenaires du Club Auto Plus s'engagent à consentir aux membres du Club une remise de 5% sur tous les travaux hors assurance. Cette initiative accompagne la stratégie du réseau de renforcer sa visibilité auprès du grand public et ses prestations hors assurance, notamment la Garantie@vie et La Station CARROSSERIE.
La diffusion nationale du magazine, en 323 288 exemplaires chaque semaine, garantit une forte couverture médiatique, associée à la crédibilité d'Auto Plus auprès des automobilistes.

acoat selected international

Acoat Selected se déploie en Suisse

Le lancement d'Acoat Selected en Suisse Romande s'est officialisé le 7 mars dernier à Montreux, au bord du lac Léman. Bruno Pourret a été convié à la réunion d'information pour parler du programme français et de son développement... *« La Suisse Romande compte en effet déployer certains de nos outils comme La Station CARROSSERIE ou la garantie à Vie avec le site Internet… »*. La démonstration fut convaincante puisque 12 carrossiers ont signé leur adhésion à l'issue de la journée. En Suisse Allemande, le réseau compte déjà 30 carrosseries Acoat Selected.

AKZO NOBEL

sikkens

acoat selected

1er réseau européen de carrossiers

Votre réussite - notre priorité

Acoat Selected, une enseigne et des hommes animés d'une même volonté : apporter le meilleur à des clients exigeants.

Rejoignez notre réseau et placez l'apport d'affaires au cœur de votre stratégie : programme de labellisation 5 AS, accords cadre, outil de centralisation, structure nationale & animateurs régionaux, services à la carte...
Acoat Selected est votre partenaire pour accompagner durablement votre développement et accroître vos performances...

Découvrez le réseau en visitant son site internet : www.acoat–selected.fr
Contact : 03.44.28.53.54 / contact.acoat@mtt.akzonobel.com

À Avignon : les professionnels font le pont de l'ascension !

Dans le cas des professionnels rencontrés dans la région d'Avignon, le pont de l'ascension est à prendre au sens propre du terme car distributeur, concessionnaire et carrossier ont choisi la voie de l'expansion. Eurolack, déjà distributeur à Marseille, s'est installé à Avignon pour étendre sa zone de chalandise et saisir de réelles opportunités de marché.
A Orange, le concessionnaire Gemauto, déjà implanté sur 7 sites, croit et croît dans le multimarquisme et le développement de son activité carrosserie. A Salon-de-Provence, avec Pro Services, le réparateur David Pereira bâtit progressivement son activité autour de la diversification en s'appuyant sur une logique de réseau. Chacun dans leur domaine, les clients SIKKENS envisagent l'avenir avec lucidité et optimisme…

RENCONTRE AVEC UN DISTRIBUTEUR

Laurent Plaskacz, EUROLACK Avignon

Eurolack

Laurent Plaskacz a débuté son activité de distribution peinture à Marseille en 2000, en s'associant à Gérard Comte. Il travaille alors avec la marque LESONAL puis, 2 ans après, il prend la carte SIKKENS pour s'ouvrir à un nouveau segment de marché.
Dans cette logique de conquête, il crée une activité à Avignon, en mai 2006, avec le mode d'emploi en poche : une équipe technique et commerciale, introduite localement ; une approche avec des produits qualitatifs et un système complet pour le moyen segment, LESONAL ; puis un travail en profondeur avec une offre élargie vers les services et des produits plus haut de gamme, SIKKENS. La méthode fait une nouvelle fois ses preuves avec, un an plus tard, 13 machines installées. Après la phase d'implantation sur le marché, vient celle du déploiement où l'objectif est de saisir toutes les niches de marché. Le référencement de la gamme PL vient appuyer la stratégie du distributeur.
Eurolack va de l'avant en reproduisant ses schémas de réussite, les adapte et agrandit ses équipes qui l'ont menées à la 2e place du Challenge SIKKENS 2007.

Quelles sont vos méthodes d'intégration d'un nouveau marché ?

Nous gagnons des parts de marché en ébranlant la place des leaders. Le potentiel d'Avignon est important et, pour l'exploiter pleinement, nous prévoyons prochainement d'embaucher un deuxième commercial. La culture locale est favorable à notre croissance, portée par l'attrait de la nouveauté, de produits ou de services. Nous évaluons le marché à environ 120 carrossiers sur lequel nous occupons 10% de part de marché, et visons, à l'image de Akzo Nobel Car Refinishes, 20%. Et ce n'est pour parler que du marché VL. Notre stratégie de conquête passe aussi par la diversification, nos capacités pouvant répondre à tous les besoins en revêtement de surface. C'est ainsi que nous avons récemment référencé la peinture Poids Lourds et sommes parmi les premiers en France à distribuer la nouvelle gamme Autocoat BT LV 351. Outre les activités traditionnelles de la carrosserie industrielle, ces produits nous ouvrent d'autres marchés, tels celui des cuisinistes qui a besoin de brillants directs pour répondre à la tendance des meubles laqués.

En partant de la peinture VL, comment arrive-t-on aux cuisines ?

La peinture et la couleur auto nous amènent à penser protection, esthétique, fiabilité, qualité, résistance… A partir de là, nous pouvons appliquer notre savoir-faire à tous les supports à peindre en cabine. Vu sous cet angle, le spectre de notre champ d'application s'élargit... Il peut s'étendre de la décoration des bateaux aux poignées de porte... Nous croyons beaucoup aux marchés de niche, pour ses ouvertures, pour multiplier les sources de profit et aussi pour l'intérêt des relations commerciales, basées sur la qualité. Le prix n'a pas de poids, seuls les résultats comptent. A terme, nos activités annexes devraient atteindre 20% de notre chiffre d'affaires.

Existe-t-il des différences entre les marchés marseillais et avignonnais ?

Elles sont flagrantes. Alors qu'à Marseille, la bataille commerciale repose sur la compétitivité des produits, les professionnels d'Avignon privilégieront l'apport de services et la qualité des produits de marque avant tout. SIKKENS, une marque noble dont l'avance technique est reconnue, nous donne toutes les garanties de réussite pour conquérir le marché en collant parfaitement à la demande locale. Le paysage concurrentiel est également très différent, Marseille regroupant une forte concentration de distributeurs tandis qu'à Avignon la situation est plutôt monopolistique. Malgré leur typologie opposée, les deux marchés se développent bien et présentent un gros potentiel. En travaillant sur les villes limitrophes où nous sommes encore peu présents, en augmentant notre activité dans l'après-vente constructeurs, nous pouvons doubler notre chiffre d'affaires.

Avant de prendre la direction commerciale d'Eurolack Avignon, Patrick Giacoletti a aiguisé son expérience du terrain pendant 20 ans chez un distributeur local leader

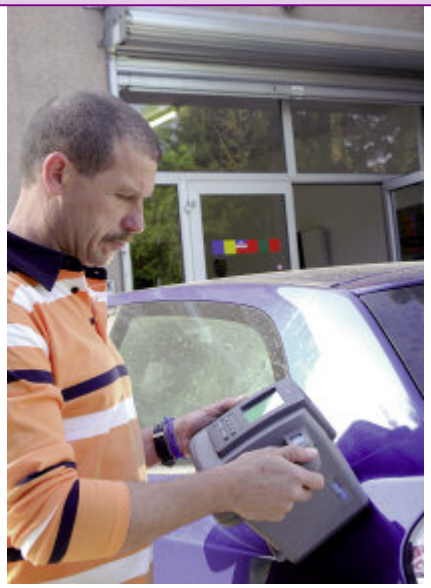
Dirigé par Laurent Plaskacz (3), Eurolack Avignon occupe à plein temps un directeur commercial, Patrick Giacoletti (2) et un technicien, Marc Sans (4). Ils sont en relation permanente avec Alexis Duval (1), Chef de Secteur SIKKENS

Quels sont les avantages de deux points de distribution dans une même région ?

Nous optimisons nos capacités de stockage et d'approvisionnement en redistribuant notre portefeuille de clientèle par zone géographique. Nous sommes aujourd'hui capables d'assurer deux livraisons par jour, soit une réduction de 30% des délais. Nous avons également gagné en réactivité et pouvons faire valoir l'atout recherché de la proximité. C'est un gros facteur de croissance à Avignon, le carrossier y voyant l'intérêt de limiter ses besoins de stockage.

Quels sont vos axes de développement ?

Sur Avignon et alentours, où la culture de réseau est marquée et les carrossiers sont plutôt matures, nous avons une belle carte à jouer avec le réseau Acoat Selected. Les grosses structures indépendantes entrées dans le système des apporteurs d'affaires sont demandeuses des services de l'enseigne. Attentifs à la qualité relationnelle, notre réponse est bien adaptée car nous parlons le même langage et partageons les mêmes valeurs de services, de polyvalence et de proximité, tout en ayant l'atout des agréments.



L'assistance technique et la réactivité sont parmi les qualités reconnues d'Eurolack. La recherche de formulation avec le spectrophotomètre fait partie des services de Marc Sans

RENCONTRE AVEC UN CARROSSIER INDÉPENDANT

David Pereira, PRO SERVICES à Salon-de-Provence

Jeune entrepreneur, David Pereira est construit avec un moteur de course à la place de la tête et des jambes ! Il carbure au super service clientèle. Aucune limitation de vitesse ne le freine dans sa volonté de construire le paradis de l'automobiliste. Sa stratégie est claire et simple : qualité, visibilité, service, proximité, polyvalence. Pas besoin d'avoir fait une école de commerce ou de marketing pour comprendre la nécessité de communiquer et savoir comment parler à ses clients. L'expérience, le plaisir du travail bien fait, la passion pour l'automobile, l'empathie pour l'automobiliste, lui ont tout enseigné, sa formidable énergie le fait avancer, sa détermination lui permet de concrétiser.

Vous multipliez les nouvelles activités autour de l'automobile, quelle est votre stratégie ?

Ma démarche est de boucler la boucle du service après-vente à l'automobiliste. J'ai commencé par racheter une carrosserie associée à une société de dépannage que j'ai développée avec l'obtention de la concession d'une journée de dépannage sur autoroute. J'ai par ailleurs un centre de réparation mécanique et pneumatiques, je développe l'activité location, propose les prestations vitrage avec Glass Auto Service et l'entretien de la climatisation.
La carrosserie est une prestation d'amorce pour fidéliser les clients et proposer des offres préférentielles sur les autres services.

Pourtant indépendant, pourquoi privilégier les enseignes pour vous développer ?

Dès le début de mon activité, j'ai pris conscience de l'importance de l'effet de groupe et d'emblée, j'ai développé une culture de réseau. D'abord pour la notoriété et la communication nationale, l'apport de business, le savoir-faire technique, puis pour l'intérêt des échanges avec ses pairs. Ils permettent de prendre du recul sur sa propre situation et d'évoluer.

Pour quelle raison avez-vous récemment intégré le réseau Acoat Selected ?

C'est la peinture qui m'a amené à entrer dans le réseau Acoat Selected. En testant la gamme SIKKENS, j'ai tout de suite apprécié ses plus-values indéniables. J'ai 10 ans d'expérience en peinture à l'eau et, pour moi, la marque est la meilleure du marché, pour sa qualité et la fiabilité du résultat obtenu, sa colorimétrie, sa compétitivité et l'apport de service du distributeur. Ensuite, déterminé à rejoindre une enseigne de carrosseries, il m'apparaissait logique d'intégrer le réseau du fabricant. Adhérent depuis seulement quelques semaines, je constate déjà des liens de parenté entre Acoat Selected et SIKKENS. Leur sens de la qualité et du service correspond aux valeurs que je partage, héritage d'un passé dans les véhicules de luxe qui m'a rendu perfectionniste. Bon niveau technique, souci du service et du suivi clientèle, garantie à

La carrosserie représente 65% de l'activité globale dont 80% avec les apporteurs d'affaires

vie… sont de bons arguments pour rassurer et attirer clients et apporteurs d'affaires. Ils renforcent notre offre qui incluait déjà le Service A Domicile, 18 véhicules de remplacement et le suivi téléphonique de la satisfaction des clients. Je m'aperçois aussi que le réseau peut répondre à mon besoin d'accompagnement dans la diversification et l'apport d'affaires. J'ai des projets notamment en matière de réparation rapide, désireux de développer le hors assurance avec des offres forfaitisées.

Quels sont vos projets ?

Je prévois de poursuivre mon expansion autour de l'entretien en ouvrant deux centres de réparation, à Istres et à Martigues, ainsi qu'une carrosserie à Martigues, ce qui me permettra de verrouiller ma zone de chalandise et d'intéresser davantage les apporteurs d'affaires, assureurs et plateformes. Quant à la carrosserie de Salon-de-Provence, je prévois de construire une installation qui reflètera notre image qualitative. Elle valorisera l'ensemble de nos prestations, actuelles et futures, dont la remise en état des véhicules et le débosselage sans peinture.

Avec toutes ses activités, comment assurez-vous le volume nécessaire ?

Outre les agréments, je crois beaucoup en la communication locale et la fidélisation. Nous

publions régulièrement des annonces dans la presse régionale, très porteuse, même si elle est onéreuse… La diversification de notre activité nous fait réfléchir à formaliser une carte de fidélité. Les offres préférentielles que nous appliquons depuis 6 mois auprès de notre clientèle nous y encouragent, elles ont permis une plus-value de 10 000 € sur notre chiffre d'affaires mensuel.

Pro Services créé par David Pereira compte 15 personnes dont 9 en carrosserie

RENCONTRE AVEC UN CONCESSIONNAIRE

Lionel Gemelli, GEMAUTO à Orange

L'entreprise familiale créée par Monsieur Gemelli Père en 1962 a fait du chemin depuis l'ouverture de la première concession Fiat Lancia à Orange. Autour de la vente automobile, l'après-vente et la carrosserie, un réseau de 7 sites s'est constitué, affichant progressivement plusieurs panonceaux : Alfa Romeo, Toyota, puis Hyundai. Entrepreneur lucide, Lionel Gemelli anticipe les évolutions du marché pour ne pas les subir. Il a senti venir la montée en puissance des marques étrangères, dont asiatiques, et s'est tourné vers le multimarquisme. Il a pris conscience des enjeux technologiques et législatifs de son outil de travail, la peinture, et fut le 1er carrossier du Vaucluse à adopter la peinture à l'eau, il y a 16 ans. Et tant pis pour le pastis !
Intégré dans la mutation du marché automobile et de l'après-vente, il peut sereinement se tourner vers ses projets d'avenir, parmi lesquels la création de deux ateliers de carrosserie.

Comment s'organise votre carrosserie ?

Pour Avignon et Orange, nous avons un atelier intégré dans la concession d'Orange, totalement autonome du reste de l'activité. Il fonctionne avec un secrétariat dédié d'1,5 personne, 1 responsable carrosserie, 1 technicien, 2 carrossiers, 2 peintres, 1 carrossier-peintre et 1 préparateur VO. Avec l'épuration du marché (3 fermetures en 2006), l'activité avignonnaise est dynamique et justifie l'installation prochaine d'une deuxième cabine. Les autres sites sous-traitent, hormis les grosses réparations.

Avez-vous des projets d'expansion ?

A Montélimar, où nous avons racheté une concession, la carrosserie présente un réel potentiel car nous avons quadruplé l'activité en 3 ans. Sur 2007/2008, nous projetons de déménager pour installer un atelier qui centralisera l'activité des concessions ardéchoises. Nous avons un deuxième projet de carrosserie sur Carpentras où nous disposons déjà d'un terrain. Nous aurons la surface nécessaire pour traiter le volume de toutes les marques, notamment en carrosserie rapide. Nous considérons pouvoir atteindre notre point de rentabilité avec 3 carrosseries et 6 à 7 sites.

Quelle place accordez-vous à la carrosserie rapide dans votre développement ?

La carrosserie rapide représente un développement externe important car elle ramène du parc roulant en carrosserie. Elle est par ailleurs adaptée à la typologie des réparations actuelles. Tout en répondant à la demande des clients, cette activité nous permet une diversification vers de nouvelles sources de rentabilité et préserve notre équilibre commercial. Ceci dit, même si nous avons le savoir-faire, il nous manque le faire savoir. Nous comptons sur des concepts tels que La Station CARROSSERIE pour accompagner notre réflexion sur la mise en place d'une offre claire dans tous nos sites. Son succès passe par la formation à la vente, notamment du réceptionnaire, et la forfaitisation, élément clé pour développer la clientèle en carrosserie.

Comment s'articule votre activité ?

60% de notre chiffre d'affaires sont réalisés avec nos agréments qui restent primordiaux. Mais nous développons notre portefeuille de clients directs grâce à notre orientation vers les services. Certains assureurs, dont nous n'avons pas l'agrément, nous envoient même des clients ! Nous sommes appréciés pour notre service à domicile, l'amplitude de nos horaires d'ouverture, de 7h à 20h, l'ouverture le samedi matin, la disponibilité de notre parc d'une vingtaine de véhicules de prêt dont des véhicules utilitaires, précieux pour les professionnels. Nous nous appuyons également beaucoup sur l'atelier mécanique pour diversifier l'activité carrosserie, en proposant les prestations bris de glace ou le débosselage sans peinture.
Enfin, liant indispensable au succès d'une offre diversifiée, la formation des équipes, non seulement technique pour maîtriser les dernières méthodes de réparation, mais aussi commerciale, pour savoir présenter les services de l'atelier à la clientèle.

Qu'attendez-vous de votre distributeur pour accompagner votre développement ?

Qualité de service, réactivité, compétence technique, sont les principales raisons de notre fidélité aux équipes du distributeur, sans compter la qualité relationnelle soudée par l'apport de conseil et la convivialité. Dans le cadre de notre déploiement, et l'importance que j'accorde à la formation, le soutien de notre distributeur justifie son rôle indispensable.

GTi Pro®

by DeVILBISS
AUTOMOTIVE REFINISHING

Evolution ultime de l'i-system.
Une révolution dans le domaine des pistolets de pulvérisation.

- *D'incroyables performances avec tous les produits de peinture automobile.*
- *Pulvérisation ultra fine grâce à trois nouveaux chapeaux*
- *Un contrôle parfait de la colorimétrie*

DeVILBISS i system

Automotive Plastic Coatings : l'avenir du plastique

Dans les voitures contemporaines, le plastique est un matériau clé, très répandu. Les véhicules, intérieur et extérieur, contiennent un nombre grandissant de pièces plastique. Outre les pare-chocs et les planches de bord, de plus en plus de grandes pièces, comme les ailes et les hayons de coffre, sont en plastique. Pour les habiller et les protéger, très souvent, ces pièces sont peintes et le revêtement de ces composants particuliers requiert une compétence spécifique. Automotive Plastic Coatings possède cette compétence.

APC : une division internationale de proximité

Leader européen, la division Automotive Plastic Coatings (APC), du groupe Akzo Nobel, est spécialisée dans la fourniture de peinture destinée aux éléments plastique. Ses clients sont des équipementiers de première et de deuxième monte produisant pour tous les grands constructeurs mondiaux tels VW, BMW, Mercedes, PSA, Renault, GM et également de plus en plus pour les constructeurs d'origine asiatique (Hyundai, Kia et Toyota), du fait de leur important développement en Europe.

L'équipe APC est représentée à l'échelle mondiale par 600 employés, répartis entre la vente, le service, la R&D et le SAV. *« Avec 8 usines de production en Europe, en Asie, en Amérique du Nord et du Sud, toutes certifiées IS TS 16949, nous offrons le double avantage d'être une société d'envergure internationale, disposant de gros moyens technologiques, tout en étant localement présents pour répondre aux besoins spécifiques de nos clients »*, **Dominique Fort**, Responsable Marketing Europe APC.

La division Automotive Plastic Coatings fait partie intégrante de la business unit Akzo Nobel Car Refinishes, elle bénéficie de l'expertise couleur du groupe et des synergies de son département R&D.

Une offre adaptable aux process locaux

« Présent localement, nous pouvons adapter rapidement et indépendamment nos unités de production et apporter à nos clients une assistance technique appropriée dans les meilleurs délais », poursuit **D. Fort**. *« Notre offre est basée sur notre capacité à proposer des produits innovants, d'une très grande qualité, permettant à nos clients d'atteindre leur objectif de coût le plus bas sur la pièce finale »*. Le produit « peinture » n'est plus l'unique vecteur de vente. La connaissance des process d'application des clients (manuel ou robotisé, pistolet pneumatique ou bol électrostatique…) est un atout majeur de la division APC, et fait partie intégrante de son offre.

Une gamme complète, intérieur et extérieur

APC produit la plus grande gamme de primaires, bases, laques et vernis disponibles sur le marché de la peinture automobile pour pièces plastique. *« Nos peintures sont traditionnellement utilisées pour des pièces extérieures (pare-chocs, coques de rétroviseur, bandeaux, bas volets, phares) et intérieures (planches de bord, consoles, façades d'autoradios). Concernant les pièces intérieures,*

en plus de l'aspect visuel (couleurs, effets chromés…), la peinture apporte également des sensations tactiles (« soft », lisse, élastique, velours…), que nous savons nuancer et accentuer avec différentes techniques d'application ».

Sur un marché où les différences entre « produits » concurrents sont parfois difficilement appréciables, la plus-value sur les « services » proposés par la division APC fait, quant à elle, souvent la différence.

Tendances

Distribution peinture : une activité en pleine mutation

Depuis quelques années, le distributeur peinture doit relever les défis posés par la réglementation environnementale et faire face à l'arrivée des nouvelles technologies hydrodiluables durablement implantées dans les ateliers depuis le 1er janvier. Cette activité, dont la rentabilité a été réduite de moitié en 10 ans, nécessite de fournir de la formation et des services aux carrossiers. Dans un contexte économique difficile, où même la demande intérieure montre désormais des signes de faiblesse, le CA des distributeurs tend à se stabiliser.

Décision Atelier, 05/07

Le « do-it » fait de la résistance

A l'heure où le parc s'enrichit de voitures technologiquement complexes, la part du « faites-le vous-même » ne diminue pas. Pour quelles raisons ? Qui sont les gagnants et les perdants d'une telle activité que l'on croyait sur le déclin ? Vieillissement du parc français ; fiabilité renforcée ; taux de renouvellement trop faible en raison d'un budget auto restreint ; marché de l'occasion ancienne très actif ; facilité de s'approvisionner en pièces détachées…

L'argus de l'automobile, 26/04/07

L'entretien automobile mise sur la diversification des services

Les professionnels de l'entretien automobile évoluent sur un marché atone et de plus en plus concentré. Malgré cela, certains réseaux continuent d'ouvrir des centres. Leurs leviers de croissance : la diversification des services.

Commerce Magazine, Guide des Réseaux 2007

Constructeurs et seniors : je t'aime, moi non plus

Les +50 ans sont devenus des acteurs majeurs du marché de l'auto neuve. Pourtant, les constructeurs français peinent à les considérer et s'obstinent même à les bouder dans leur communication. Portrait des baby boomers.

L'argus de l'automobile, 3/05/07

Les finitions mates ont le vent en poupe

De Mercedes à BMW, difficile d'échapper aux peintures à finition mate sur le dernier salon de Genève. Techniquement, ces peintures de plus en plus tendance sont des vernis bi-composants contenant un agent matifiant, lequel donne à la 4e couche un aspect mat, contrairement à la peinture « normale ». Corrolaire, un casse-tête pour les carrossiers puisque la peinture mate ne peut être ni poncée ni polie.

Auto Gratuit Pros, 04/07

Réparation rapide : un marché mature encore attrayant

Le marché de la réparation rapide affiche une maturité non dénuée de charme pour ses nombreux acteurs. A tel point que certains spécialistes, jusqu'ici à la marge de cette activité, ne peuvent résister au chant des sirènes. Si les constructeurs ne veulent pas laisser ce secteur aux centres-auto, tous ne sont pas au même niveau dans leur approche de l'entretien sans rendez-vous. Cependant, la majorité d'entre eux a compris qu'elle pouvait améliorer rentabilité et fidélisation. Si les activités traditionnelles de l'entretien ont tendance à stagner, voire même à reculer comme la vidange, de nouveaux services liés à la clim et l'électronique embarquée dynamisent le marché.

Auto Infos, 05/07

Insolite

Les Belges, champions des galipettes au volant

C'est en tout cas ce que révèle un sondage du constructeur Opel annonçant que 69% des Belges ont déjà eu des relations sexuelles en voiture. Mieux : 21% avouent que cela s'est produit en conduisant !

Autobiz, 31/01/07

La terreur des plages

L'Aquada Gibbs pourrait être le fruit d'un mariage réussi entre une Mazda MX5 et un Zodiac. C'est en réalité une voiture-bateau très puissante, équipée d'un V6 de 175 ch, qui ne met que 12'' à se transformer en hors-bord une fois immergée. Même l'autoradio est étanche !

L'argus de l'automobile, 10/05/07

Enquêtes

Enquête Automobile Magazine : réparation, hit parade de la main d'œuvre

La moyenne globale du coût de la main-d'œuvre se situe à 56 €/h dans les réseaux de marque (116 € dans les ateliers de marques anglaises !) et à 39 € chez les indépendants. Les garages parisiens sont 76% plus chers que ceux du Limousin (le top de la cherté revient au Rhône-Alpes). Le mensuel conseille aux automobilistes de demander les livrets de forfaits.

Auto Infos, 05/07

Dossier peinture

Après deux exercices presque exclusivement consacrés aux transferts aux technologies hydrodiluables, les fabricants de peinture sortent la tête de l'eau pour retrouver les remous des joutes commerciales et des stratégies de conquête. Retour aux affaires…

Journal de l'Automobile, 11/05/07

Budget automobiliste : faites des économies, abandonnez le diesel

5 028 €, voici ce que l'automobiliste français a dépensé en moyenne en 2006 pour son véhicule. On trouve dans ce bilan quelques « bonnes » surprises mais aussi une tendance de fond : entretenir sa voiture revient de plus en plus cher, surtout lorsqu'elle carbure au gazole.

L'argus de l'automobile, 17/05/07

Parc : un léger coup de vieux

Selon le CCFA, le parc français en circulation comptait, au 1er janvier, 36 661 000 véhicules. C'est 1% de plus en 1 an, un pourcentage qui s'inscrit dans une tendance nette à l'infléchissement (croissance du parc > 2% entre les années 90 et 2000). Conséquence : l'âge moyen des véhicules augmente. Il est aujourd'hui à 8,1 ans.

L'argus de l'automobile, 10/05/07

SIKKENS, la presse en parle

Depuis le dernier numéro de Color &Vous, 36 articles sont parus dans 17 supports différents sur Akzo Nobel, ses marques (SIKKENS et LESONAL) et son réseau de carrosseries Acoat Selected…
Après-Vente Automobile (12/06, 04/07), autoactu.com (26/01/07), argusauto.com (4/01/07), Auto Gratuit pros (11/06, 02/07, 04/07), Auto Infos (24/11/06, 01/07), Carrosserie (11-12/06, 01-02/07), Décision Atelier (12/06), Flottes Automobiles (02/07), journalauto.com (18/12/06, 26/02/07), L'argus de l'automobile (28/12/06), La lettre Autobiz (29/01/07), Le Journal de l'Automobile (15/12/06, 16/12/06, 16/02/07, 23/02/07), Rechange Automobile (03-04/07), Réparation Atelier (11/07), vehiclenews.com (05/02/07).

Un « challenge distributeurs » pour stimuler les techniciens

Organisé en 2006, le trophée des Nouvelles Technologies SIKKENS a honoré les 15 premiers distributeurs français de la marque ayant enregistré le plus grand nombre de transferts à l'eau. Pour la première fois, la récompense a directement profité aux équipes des distributeurs. En tout, 65 techniciens et commerciaux ont gagné un séjour de 5 jours au Canada, en mars 2007. Le distributeur Eurolack, à la Une de notre rubrique « votre histoire nous intéresse » a remporté la 2e place du challenge. En récompense, 3 personnes de l'équipe dont 2 techniciens étaient du voyage. *« Le Challenge est un très bon outil de motivation et nous encourageons ce genre d'initiative pour entretenir une culture de compétition au sein de l'équipe »*, **Laurent Plaskacz**, directeur associé Eurolack. Chez MSA (voir aussi le dossier PL), c'est **Patrick Thibbaut**, responsable peinture, qui nous a retracé son « voyage de rêve ».

Jeudi 8 mars 2007 : Les équipes techniques ont décollé du gris pour atterrir dans le blanc. *« Dépaysement total et grand standing à l'auberge du Lac à l'Eau Claire ! un vrai conte de Noël ».* Centre aquatique avec piscine chauffée, sauna, bain tourbillon, hammam et bain finlandais. « L'émerveillement est tel qu'on ne ressent pas la fatigue ». Quand les paupières se ferment, les étoiles restent dans les yeux !

Vendredi 9 mars 2007 : *« Dans la nuit la température est descendue à -30°C ; -15°C dans la journée… »* Au programme, dans l'immensité blanche, 3 activités : « *un parcours à motoneige, un parcours en trappe à la Jack London (sur un arbre, notre guide nous a montré des griffures d'ours encore fraîches !) et un parcours en traîneau attelé de Huskies ».*

Samedi 10 mars 2007 : Transférées à L'Hôtel Hyatt, dans le vieux Montréal, les équipes techniques ont « soupé » « au Newtown, le complexe du pilote automobile Jacques Villeneuve. Puis la soirée s'est poursuivie, pour certains dans une boite de nuit, pour d'autres dans un bar typiquement canadien… ».

Dimanche 11 mars 2007 : Déjeuner à « l'Altitude 737 », au centre de Montréal. *« C'est un restaurant panoramique tournant, situé au 47e étage. Spectaculaire ! Merci Akzo de nous avoir emmené au pays où peindre se dit peinturer ! C'était grandiose ! ».*

Baptême de traîneau à chiens dans la forêt québécoise

Trucs et Astuces
Guide d'utilisation d'Autoclear LV Superior

Les trois versions du vernis ont réellement leur utilité pour s'adapter à toutes les situations, selon la température d'application, la vitesse d'air de la cabine, la taille de la réparation et le temps d'étuvage à 60°.
La version Medium, qui apparaît dans le nouveau guide d'utilisation, devient plus importante que le Fast selon les types de réparation, le vernis pouvant s'adapter au modèle du véhicule et au degré de finition désiré.
Ainsi, plus la version est lente, meilleur sera le rendu. Prenons l'exemple de l'Opel Astra et de l'Audi A8 dont l'aspect d'origine est différent : le vernis Fast sera plus adapté à la Corsa tandis que le Medium sera plus approprié à l'A8.
Pour en savoir encore plus, ne manquez pas le Bulletin d'Info du CRIC n°4, paru en juin.

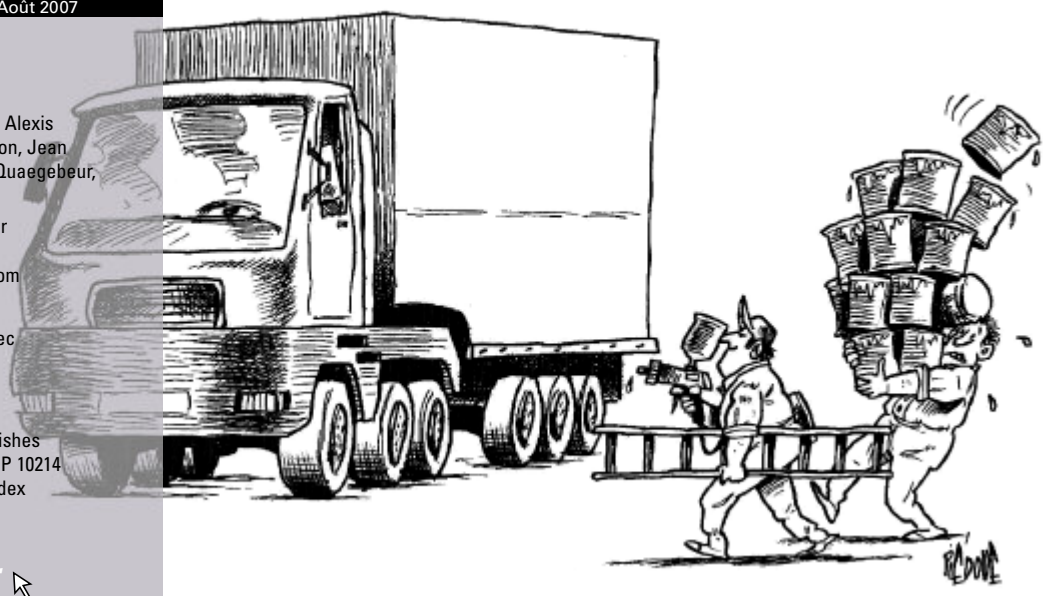
Jeu : Plus de 200 cadeaux à gagner

Pour le jeu n°6, Color&Vous met au repos les neurones et l'inspiration artistique. Tout au plus seront demandés de répéter une légère flexion de l'index pour gratter la carte T et d'être un peu chanceux pour tomber sur l'une des 220 cartes gagnantes. Ah oui, il faudra également être rapide pour atteindre la boîte aux lettres car les 40 premiers arrivés recevront une montre sport, les 60 suivants, un jeu Airfootball et les 120 derniers, un ballon de rugby SIKKENS. Bonne chance !

Les gagnants du Color&Vous

Marielle Ianello : gagnante du concours de dessin

Quel bonheur ce fût de dépouiller les cartes T et découvrir les dessins des enfants qui ont participé au concours du n°5, âgés de 3 à 8 ans. Quelle douleur ce fut de départager les vainqueurs… C'est finalement Marielle Ianello, 7 ans, fille de Ellen et Louis Ianello, Carrosserie Giraud à Grenoble, qui l'a remporté. Grâce à elle, toute sa famille pourra l'accompagner à Disneyland Paris pour un séjour de 3 jours.



Color&Vous
Magazine Sikkens d'Akzo Nobel • N°6 - Août 2007

Directeur Publication : Vincent Vallin
Rédactrice en chef : Esther Hafenscher
Ont participé à ce numéro : Philippe Dupas, Alexis Duval, Dominique Fort (APC), Bruno Menegon, Jean Papachryssanthou, Bruno Pourret, Aurore Quaegebeur, Frank Vilin
Relations commerciales : Esther Hafenscher
Tél. 03 44 28 53 46
email : esther.hafenscher@mtt.akzonobel.com
Reportage & rédaction : CommLc
Crédit Photos : Olivier Gombert ; Sylvie Bozec
Création et composition graphique : Fojumo
Régie Publicitaire : CommLc

AKZO NOBEL
sikkens
AKZO NOBEL Car Refinishes
ZI. Les « Bas-Prés » - BP 10214
60762 MONTATAIRE Cedex
Tél. : 03 44 28 53 25
Fax : 03 44 28 53 90
www.sikkenscr.fr